BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memakai pendekatan kuantitatif yang digunakan sebagai metode survei dipilih sebagai sumber utama data. Metode survei difokuskan pada pengumpulan data dari responden yang memiliki informasi yang spesifik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2022) Metode penelitian kualitatif ialah teknik penelitian yang bergantung pada landasan filosofis dan digunakan untuk mengkaji dalam kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti berfungsi sebagai instrumen, metode pengumpulan data dan analisis yang bertujuan untuk memberi penekanan pada pemaknaan. Data dikumpulkan melalui penggunaan instrumen berupa kuesioner atau angket. Berdasarkan level eksplanasinya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah jenis penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab-akibat, yakni bagaimana variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2022).

3.2 Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2022) objek penelitian merujuk pada fokus atau topik yang akan diteliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang objektif, valid, dan dapat diandalkan mengenai variabel tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan tertentu dan untuk kepentingan ilmiah yang jelas.

Objek penelitian yang peneliti pilih guna mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Xiaomi di kota Jakarta. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah mengenai keputusan pembelian dari pengguna smartphone Xiaomi.

3.3 Populasi dan Sampel

a) Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022) Populasi mengacu pada wilayah umum yang mencakup subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan variabel tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis. Oleh karena itu, perlu menjelaskan secara jelas siapa, dimana, kapan, karakteristik, dan ukuran populasi yang akan diteliti untuk memastikan bahwa populasi yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang menggunakan atau telah membeli produk Smartphone Xiaomi di Jakarta yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (unknowns population).

b) Sampel

Menurut (Sugiyono, 2022) Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi tersebut. Penting untuk memilih sampel yang dapat mewakili dan mencerminkan populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yang artinya tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang berfokus pada ciri-ciri khusus individu yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil harus pernah menggunakan smartphone Xiaomi dengan melakukan minimal 1 kali pembelian. Di samping itu, syarat lain untuk menjadi responden adalah memiliki usia minimal 18 tahun. Rentang usia tersebut dipilih karena dianggap individu pada usia tersebut sudah cukup dewasa dan

masih berada dalam usia produktif dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk.

Penelitian ini akan mengambil sampel dari individu yang menggunakan atau telah membeli smartphone Xiaomi dan berada di sekitar Kota Jakarta. Jumlah sampel yang direncanakan dalam penelitian ini adalah sebanyak kurang lebih 138 responden dengan mempertimbangkan bahwa jumlah tersebut sudah mencakup ukuran sampel yang tepat. Hair et al. (2019) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 observasi untuk setiap *estimated paramater*. Dalam penelitian ini, dengan jumlah indikator penelitian sebanyak 23, maka jumlah sampel maksimum yang dibutuhkan adalah 6 kali jumlah indikator, yaitu sebesar 23 x 6 = 138. (Hair et al., 2019) menentukan bahwa ukuran sampel yang sesuai dengan minimal 100 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang dibuat memakai *google form* dan disebar melalui media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp*.

(Sugiyono, 2022) mengemukakan bahwa data primer mengacu pada sumber data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data atau peneliti. Dalam pengumpulan data primer dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert yang terdiri dari skor 1 sampai 4 untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan dari responden. Data diukur menggunakan skala Likert yang mempunyai empat tingkat preferensi yang masing-masing memiliki skor 1-4dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Peringkat

Skor	Keterangan	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Setuju	S
4	Sangat Setuju	SS

Sumber: (Sugiyono, 2022)

3.5 Definisi Operasional

Menurut (Sugiyono, 2022) Penelitian melibatkan atribut, sifat, atau nilai tertentu dari subjek, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi yang ditentukan oleh peneliti untuk diuji dan kemudian dianalisis untuk membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen mempengaruhi atau memengaruhi variabel dependen, sementara variabel dependen merupakan variabel yang diteliti dan dipengaruhi oleh variabel independen.

Variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah faktor yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan atau kemunculan variabel dependen (terikat). Sebaliknya, variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari keberadaan variabel independen. Berikut di bawah ini adalah indikator-indikator yang peneliti gunakan untuk penyusunan kuesioner diantaranya adalah:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kombinasi dari sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan (Tjiptono, 2019)	1. Kinerja	1. Kemudahan dalam menggunakan produk Xiaomi 2. Produk Xiaomi mampu berjalan dengan baik	Likert
			2. Daya tahan	1. Produk Xiaomi mempunyai ketahanan baterai yang baik	

				2 Masa pakai produk Xiaomi lebih baik dari kompetitor	
			3. Kehandalan	1. Produk Xiaomi mempunyai kehandalan 2. Produk Xiaomi tidak terjadi masalah saat digunakan	
			4. Estetika	1. Desain produk Xiaomi menarik 2. Memakai produk Xiaomi memberikan kepercayaan diri yang tinggi bagi konsumen	
2	Harga (X2)	Harga merujuk pada sejumlah uang yang harus dibayar untuk membeli produk atau layanan. Dalam pengertian yang lebih luas, harga	1. Keterjangkauan Harga.	1. Harga smartphone Xiaomi dapat dijangkau oleh seluruh segmentasi konsumen 2. Harga smartphone Xiaomi sesuai	Likert

		mencakup semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan tersebut. (Kotler & Armstrong, 2020)		dengan daya beli konsumen untuk membeli	
			2. Daya Saing Harga.	1. Harga smartphone Xiaomi lebih terjangkau dari kompetitor lainnya 2. Harga smartphone Xiaomi kompetitif dengan kompetitor lain	
			3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.	1. Harga smartphone Xiaomi sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan 2. Harga smartphone Xiaomi sesuai dengan pelayanan yang didapatkan	
			4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat.	1. Harga smartphone Xiaomi sesuai	

				dengan persepsi konsumen 2. Harga smartphone Xiaomi sesuai dengan nilai/manfaat yang didapatkan konsumen	
3	Keputusan Pembelian (X3)	Keputusan pembelian konsumen adalah hasil dari proses pemilihan merek yang paling disukai, namun terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi antara niat untuk membeli dan keputusan akhir untuk membeli. (Kotler & Armstrong, 2020)	1. Pilihan Produk. 2. Pilihan Merek. 3. Pilihan Penyalur.	1. Tingkat resiko kerusakan produk yang rendah 2. Kesesuaian produk dengan yang diharapkan konsumen. 1. Ketertarikan konsumen terhadap persepsi merek produk. 2. Ketertarikan konsumen berdasarkan popularitas merek produk. 1. Kemudahan dalam menemukan official store.	Likert

				2. Kemudahan dalam menemukan layanan resmi service center.	
			4. Waktu Pembelian.	1. Kesesuaian produk yang dihadirkan sesuai dengan permintaan pasar.	

Dimensi dan indikator yang terdapat pada tabel 3.2 tidak mencakup keseluruhan dari dimensi dan indikator yang disebutkan didalam teori yang di cantumkan pada bab II, hal ini dikarenakan peneliti memilih dimensi dan indikator yang paling terkait dengan fokus penelitian mereka untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam dan berfokus, yaitu masing masing 4 dimensi untuk setiap variabel yang ada. Hal ini juga dilakukan oleh (Cardia et al., 2019) yang hanya menggunakan 4 dimensi kualitas produk yaitu Kehandalan, Kinerja, Kemampuan pelayanan dan Kesesuaian dengan spesifikasi didalam penelitiannya.

3.6 Teknis Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan komputer menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Social Science*) versi 24.0 dengan tujuan mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga lebih cepat dan tepat.

Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak

memiliki reliability (tingkat kehandalan) dan validity (tingkat kesahan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

3.7 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) Analisis statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan keadaan data saat mengumpulkan jawaban responden. Tujuannya adalah untuk memberikan deskripsi yang jelas tentang data yang diamati. Dalam analisis statistik deskriptif, kita menggunakan beberapa ukuran statistik seperti mean (rata-rata), median (nilai tengah), maksimum, minimum, dan standard deviation (simpangan baku). Melalui analisis ini, kita dapat menggambarkan dan mendeskripsikan data berdasarkan jawaban responden pada setiap indikator yang mengukur variabel yang diteliti.

3.8 Uji Instrumen

3.8.1. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut (Sugiyono, 2022) adalah derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item maka, kolom yang dilihat yaitu kolom corrected item-Total Correlation pada tabel item-total Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Science*). Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

• Apabila r hitung > r tabel, maka item kuesioner tersebut valid.

• Apabila r hitung < r tabel, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

3.8.2. Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2022) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan

menghasilkan data yang sama. Suatu kuisioner dikaitkan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat untuk mengukur reabilitas adalah Cronbach's Alpha. Setelah perhitungan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* (ri), nilai tersebut akan dibandingkan dengan standar koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang dianggap dapat menunjukkan reliabilitas instrumen yang digunakan.

Reliabilitas menunjukkan seberapa bisa dipercayanya hasil pengukuran karena ketepatannya. Suatu instrumen pengukuran yang memiliki dua atau lebih pilihan jawaban dapat dianggap reliabel jika hasil pengukuran yang diperoleh melalui test-retest pada subjek yang sama atau melalui satu kali pengukuran dengan instrumen yang berbeda menunjukkan hasil yang relatif sama. Sedangkan, instrumen pengukuran yang hanya memiliki dua pilihan jawaban dapat dianggap reliabel jika nilai r_i > rt. Instrumen pengukuran yang memiliki lebih dari dua pilihan jawaban dapat dianggap reliabel jika koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* di antara 0,70-0,90 (Febrianawati Yusup, 2018).

Hasil a > 0,70 = reliabel atau konsisten.

Hasil a < 0,70 = tidak reliabel atau tidak konsisten

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Dapat diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi tersebut terlewatkan maka model regresi dianggap tidak valid dengan jumlah sampel yang ada. Uji normalitas dapat dideteksi dengan menggunakan metode uji Sample Kolmogorov-Smirnov, digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan nilai signifikan > 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

3.9.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam regresi adalah dengan cara melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependendan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai VIF < 10,00 dan nilai *Tolerance* > 0,10 (Ghozali, 2018).

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode Glesjer dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas.

Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

3.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2022) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik

turunya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

(Sugiyono, 2022) juga menyatakan analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Dalam bentuk matematika, persamaan regresi berganda dituliskan seperti ini:

Langkah-langkah metode Regresi Linier Berganda.

$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots + b_nX_n$

(Sugiyono, 2022)

Y = nilai pengaruh yang diprediksikan

α = konstanta atau bilangan harga X = 0

b = koefisien regresi

X = nilai variable independen

Bila terdapat 2 variable bebas, yaitu X_1 dan X_2, maka bentuk persamaan regresinya adalah:

$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

b_1,b_2 = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Standar Error

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap

variabel terikat. Tingakatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan F < 0.05 maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2018).

Ketentuan Uji F menurut Ghozali adalah:

- Jika nilai signifikan F < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- Jika nilai signifikan F > 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat

3.11.2. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang di uji pada tingkat signifikansi α = 0,05 artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%. Jika nilai probability t lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.11.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) ($0 < R^2 <1$). Nilai R^2 yang kecil memberikan arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas, dan nilai yang mendekati satu maka variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan dalam menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Jika setiap tambahan variable independent, maka nilai R^2 pasti akan menigkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.